

**Pengaruh Pesan Kampanye ‘Diet Kantong Plastik’ terhadap
Sikap Mengurangi Penggunaan Kantong Plastik
(Survei pada *Followers* Akun Instagram @iddkp)**

DHEA SALSABILA

ABSTRAK

Penelitian ini membahas tentang kampanye yang dilakukan oleh Gerakan Indonesia Diet Kantong Plastik yang dinamakan kampanye Diet Kantong Plastik. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui besarnya pengaruh pesan kampanye Diet Kantong Plastik terhadap sikap mengurangi penggunaan kantong plastik. Model yang digunakan dalam penelitian ini adalah model kampanye Ostergaard. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. Pengumpulan data yang dilakukan dengan cara penyebaran kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah *followers* Instagram @iddkp, dan untuk sampel menggunakan rumus Yamane yang kemudian didapatkan sebanyak 99 responden. Teknik penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *non-probability sampling* yaitu *purposive sampling* untuk memperoleh jawaban dari sampel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hasil korelasi variabel X (kampanye Diet Kantong Plastik) terhadap variabel Y (sikap mengurangi penggunaan kantong plastik) sebesar 0,745. Berdasarkan hasil perhitungan koefisien determinasi didapatkan hasil adanya pengaruh variabel X dan variabel Y sebesar 55,5%. Hasil uji t didapatkan t hitung > t tabel yaitu t hitung 10,998 > t tabel 1,660 , maka dapat disimpulkan H_0 ditolak dan H_a diterima. Kesimpulan dari penelitian ini adalah terdapat pengaruh yang kuat antara kampanye DKP terhadap sikap mengurangi penggunaan kantong plastik. Saran dari penelitian ini, GIDKP agar tetap melakukan kegiatan yang positif untuk lingkungan dan komunitas, bsik melalui kampanye atau kegiatan lainnya dan GIDKP agar memberikan ide-ide kreatif yang menarik melalui kampanye yang akan dilakukan.

Kata kunci : Kampanye Diet Kantong Plastik, Model Ostergaard, Sikap mengurangi penggunaan kantong plastik

***The Effects of ‘Plastic Bag Diet’ Campaign Message in Attitude
reduces the Use of Plastic-Bags
(A Survey on the Followers of Instagram Account @iddkp)***

DHEA SALSABILA

ABSTRACT

This research observes a campaign by Gerakan Indonesia Diet Kantong Plastik (GIDKP) titled ‘Plastic Bag Diet’ (‘Diet Kantong Plastik’). The aim of this research is to know the impact of Plastic Bag Diet campaign towards Attitude reduces the Use of Plastic-Bags. The theory used to examine this research is Ostergaard’s campaign model. The research method is quantitative. Data-gathering was done by spreading questionnaire among respondents. The population of this research is the followers of Instagram account @iddkp, sampled by the Yamane formula across 99 respondents. This research uses non-probability sampling technique with purposive sampling in order to generate answers from the samples. The findings show that the correlation between X variable (‘Plastic Bag Diet’ campaign) and Y variable (Attitude reduces the Use of Plastic-Bags) is 0,745. Based on the determinant coefficient, it was found that there is 55,5% effect from X variable to Y variable. The t-test shows t-value > t-table with a result of 10,998 t-value > t-table 1,660 – which conclude rejected H0 and accepted Ha. This study concludes that there is strong effects from the ‘Plastic Bag Diet’ campaign towards Attitude reduces the Use of Plastic-Bags. This research advises Gerakan Indonesia Diet Kantong Plastik to continue its positive advocacy towards the environment and community as a whole, be it from its campaign or many other activities.

Keywords: Plastic Bag Diet Campaign, Ostergaard’s campaign model, plastic bag-reducing attitude.